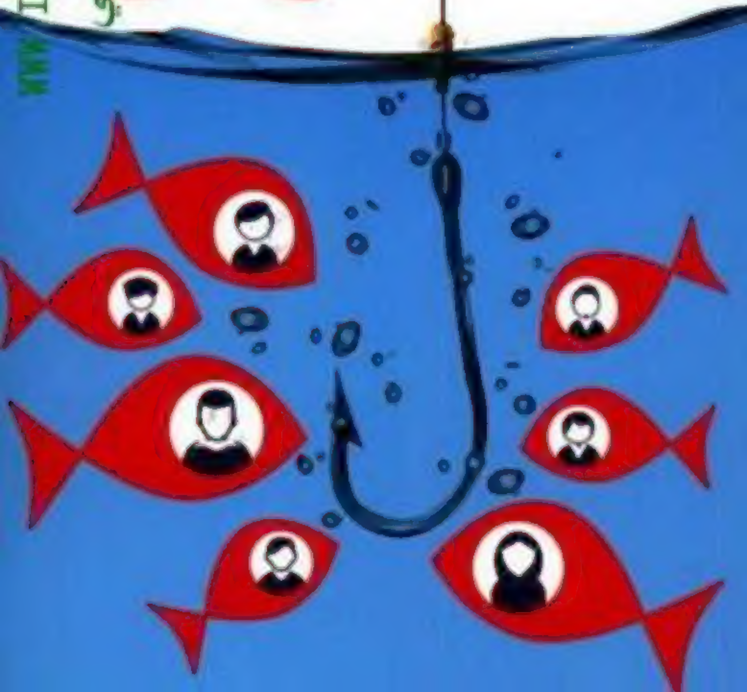
فروشنده موفق

عاطفه پورحکیمی



هوالرزاق

فروشنده موفق

عاطفه پورحکیمی





سرشناسه : پورحکیمی، عاطفه، ۱۳۶۰-
عنوان و نام پدیدآور : فروشنده موفق
مشخصات نشر : تهران: نارگل، ۱۳۹٤.
مشخصات ظاهری : ۷۲ص.: ۱۱ × ۱۷ س‌م.
شابک : ۹۷۸-٦۰۰-۹٤۹۸٦-٤-۲
وضعیت فهرست نویسی : فیپای مختصر
شماره کتابشناسی ملی : ۳۸۲۸۸۶۲



فروشنده موفق

عاطفه پورحکیمی

ناشر: نشر نارگل
نوبت چاپ: یکم؛ تابستان ۱۳۹٤
شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه
قیمت: ۵۰۰۰ تومان

تقدیم به:

مردان موفق زندگی‌ام

پدرم: حسن پورحکیمی

همسرم: سیدمنصور علمایی

مقدمه:

فروشنده‌ی موفق باید ...

فروشنده‌ی موفق باید خوش‌تیپ باشد، خوش‌اخلاق و خوش‌برخورد باشد، شیک‌پوش و خوش‌چهره باشد و ...

همیشه باور داشته باشد «حق با مشتری است.»

با کوچک‌ترین انتقاد و اعتراض مشتری، صدایش را بالا نبرد، حق به‌جانب و یک‌دنده نباشد.

اصلا فروشنده باید به کارش بیاید. به زبان ساده: باید به کالایی که ارائه می‌دهد، بیاید.



فکرش را بکنید:

آقای هیکل درشت سیبیل کلفتی که اسباب‌بازی کودکان می‌فروشد!



خانم ریزه و ظریفی که لباس مردانه می‌فروشد!
یا ...
نه این‌که هر کس ویژگی‌های بالا را نداشت، حق حیات ندارد!
نه. اصلا. به هیچ‌وجه قصد جسارت به هیچ‌کس نیست. ولی به‌قول قدیمی‌ها:
هر کسی را بهر کاری ساختند.

اصلا فروشنده باید با کالایی که به مشتریان ارائه می‌دهد، رفیق باشد!
بله. رفیق!
اگر مشتری از او پرسید: «آیا خود شما از این کالا استفاده می‌کنید؟»
با تِتِه‌پِته نگوید: «من؟ آهان ... بله بله.»
شما اگر جای مشتری باشید، چه‌کار می‌کنید؟ کالای او را می‌خرید، یا به این‌که دارد دروغ می‌گوید پی می‌برید، و تا ابد از مصرف کالاهای آن شرکت خودداری می‌کنید؟



فروشنده باید به کالایی که به مشتری عرضه می‌کند، ایمان داشته باشد.
اگر مشتری از او پرسید: «آیا کیفیت کالای شما بالاست؟» یا «جنس شما گارانتی دارد؟»
راست بگوید که بله، یا خیر.

این‌ها نمونه‌هایی هستند ساده و کوچک از شیوه‌های «فروشندگی خوب»!
بله فروشندگی خوب. چون «فروشندگی بد» هم داریم.
تصور کنید؛ سر ظهر به رستورانی مراجعه کنید.
غالبا پشت شیشه‌ی رستوران‌ها تابلویی نصب شده که روی آن نوشته: «غذا حاضر است.»
ولی شما در کمال تعجب می‌بینید روی تابلو نوشته شده: «رستوران تعطیل است.»
و هنگامی که از مغازه‌های اطراف پی‌گیر ماجرا می‌شوید، می‌فهمید صاحب رستوران برای صرف غذا، به خانه رفته است!



یعنی چه؟
یعنی این‌که آقایان از غذای رستوران خود مصرف نمی‌کنند!

یا فروشنده‌ای که وقتی از او می‌پرسید: فلان جنس فلان شرکت را دارید؟
با قیافه‌ای گرفته می‌گوید: نخیر. ما اصلا از جنس‌های اون شرکت نمیاریم!
خب بابا با آن‌ها سر پایین بودن سود و تخفیف دعوا داری، چرا سر مشتری خالی می‌کنی؟!
این‌ها را نوشتم به دلیل این‌که نظرات و نگاه نویسنده برای فروشنده‌ی موفق، خیلی برایم جذاب و جالب آمد.
شاید یکی از دلایلش این باشد که:
«همه دوست داریم موقع خرید، شان و منزلت مشتری به درستی حفظ شود!»

حمید داودآبادی

بهار ۱۳۹٤



حالا که مقدمه‌ی جالب کتاب را خواندید، برای این‌که بهتر و بیشتر با شیوه‌های فروشندگی خوب آشنا شویم، مطالب زیر را مرور می‌کنیم.

شما هم اگر شیوه‌ها و روش‌های بهتری به ذهن‌تان رسید، برای ما بنویسید و بفرستید تا در نوبت‌های بعدی چاپ کتاب، به‌نام خودتان از آن‌ها استفاده کنیم؛ منتظریم.

عاطفه پورحکیمی



• در هربار خرید، کُد اختصاصی به مشتری ارائه دهید؛ حتی اگر رایانه ندارید، می‌توانید کُدها را به‌صورت دستی وارد کنید تا در خریدهای بعدی بدانید این مشتری دفعه‌ی چندم است که به شما مراجعه کرده و به مشتری هم احساس مهم بودن دست بدهد تا برای خرید دوباره از شما، ترغیب شود. از مشتری بخواهید تا در هر بار مراجعه، کُد خود را اعلام کند.

یادداشت : ....



نمونه) فروشگاهی که من از آن خرید می‌کنم صندوق مخصوص قرعه‌کشی را جلوی چشم مشتری قرار داده است و مشتری با هربار خرید و انداختن ته‌فاکتور خود به داخل صندوق، شانس خود را در قرعه‌کشی «وفادارترین مشتری» امتحان می‌کند.

یادداشت : ....
....
....
....
....
....
....
....





• به‌صورت دوره‌ای و نوبتی، روی یکی از محصولات فروشگاه خود تمرکز نمایید و سعی کنید نمونه‌های مختلف این محصول را به‌وسیله‌ی اطلاع‌رسانی به مشتریان با استفاده از تراکت، بنر و یا پوستر تبلیغاتی معرفی کنید.



یادداشت : ....







یادداشت : ....





• در جای مناسب و زمان مناسب تبلیغ کنید. جامعه‌ی هدف خود را بشناسید و در محل کسب خود به تبلیغ اجناس موردنظر بپردازید.

یادداشت : ... .





نمونه) کتابفروشی که به‌تازگی در کوچه‌ی منتهی به دبستان دخترم افتتاح شده، تراکت‌های تبلیغاتی خود را که جنبه‌ی معرفی محصولات و خدمات دارد، بین مادرانی که منتظر فرزندان خود ایستاده‌اند پخش می‌کند که روی آن‌ها مُهر «تخفیف در صورت ارائه‌ی تراکت» ثبت شده است. با این روش مادران و فرزندان برای خرید لوازم‌التحریر و یا فتوکپی و ... حتما به همین فروشگاه مراجعه می‌کنند؛ زیرا هم نزدیک است هم بُن تخفیف دارند.

یادداشت: ....

• در صورت امکان، اجازه‌ی امتحان کردن محصول خود را به مشتری بدهید؛ این اختیار عمل باعث جلب توجه مشتری و رغبت بیشتر او برای بازدید از دیگر محصولات و خرید می‌شود.

یدداشت : ....



نمونه) پسر جوانی که به رهگذران نمونه‌ای از پاستیل‌های فروشگاه خود را تعارف می‌کند، هزینه‌ی زیادی صرف تبلیغ نمی‌کند. مزه‌ی شیرین یا ترشی که از پاستیل در کام رهگذران می‌ماند، اکثر اوقات آن‌ها را مجددا به آن فروشگاه می‌کشاند.

یادداشت:

• هرروز به‌عنوان یک فروشنده به شغل و حرفه‌ی خود افتخار کنید و با خود تکرار کنید: «من می‌خواهم بهترین فروشنده باشم.»
آن‌گاه هر لحظه از خود بپرسید که برای رسیدن به فروشنده‌ی ایده‌آل، چه کارهایی باید انجام بدهم؟

یادداشت : ....





- هر روز میزان فروش و تعداد مشتری‌های خود را بررسی کنید و میزان موفقیت خود را در برخورد با مشتری، تبلیغات و یا چیدمان فروشگاه، بسنجید.

یادداشت :



- به مشتری توجه کنید، ولی مراقب باشید باعث مزاحمت آنان نشوید.

عواملی نظیر سؤال‌های بی‌جا و خودمانی صحبت کردن، باعث کاهش تمرکز مشتری می‌شود.

یادداشت:



نمونه) فروشگاه کیف و کفش زنانه‌ای را می‌شناسم که در را از داخل به روی مشتری قفل می‌کرد؛ فقط برای این‌که بتواند به هر قیمتی که می‌خواهد جنسش را بفروشد و به مشتری بعدی به قیمتی دیگر! بعد از شکایت برخی مشتریان، مغازه تعطیل شد.

یادداشت: ....





• اراسته باشید و با روی باز به مشتری سلام و خوش‌آمد بگویید.

مشتری برای خرید از مغازه‌ای که فروشنده‌اش بیرون در ایستاده و به او زُل زده است، معذب است و این چنین می‌نماید که شما به اجناس و یا کارتان بی‌علاقه هستید.

یادداشت : ....





نمونه) فروشنده‌ای که همیشه از او برای همسرم خرید می‌کنم، به‌قدری مودب و موقّر است که ترجیح می‌دهم خرید چند ماه را، همان لحظه انجام دهم و جای دیگر نروم. جالب این‌جاست که وقتی همسرم به‌طور اتفاقی از آن فروشگاه خرید کرد، اولین کلمه‌ای که در وصف فروشنده گفت، همان صفت مودب و موقّر بود.

یادداست :



• به محصولی که می‌فروشید و به خدماتی که ارائه می‌دهید، کاملا اشراف داشته باشید تا در برابر سؤال و یا درخواست مشتری، مجبور به ادای جملات تکراری نامتعادل و ساختگی نشوید.

یادداشت : ....





نمونه) همان فروشنده، با ذکاوت تمام بارها توانسته توجه مرا به اجناس جدید خود جلب کرده و فروش بیشتری داشته باشد.

یادداشت : ....



• در صورت امکان خدمات موردنیاز مشتریان خود را که دسترسی به آن‌ها باعث زحمت زیادشان می‌شود، ارائه دهید.

یادداشت : ....





نمونه) خشک‌شویی محل ما، با این‌که جای کافی نداشت، ایام عید درون ویترین خود یک چرخ خیاطی گذاشت که خیاطی مشغول تعمیر لباس‌های مشتریان بود. حال اگر یک فروشگاه شلوار، خیاطی را برای یک هفته قبل از عید به فروشگاه خود اضافه کند تا همان‌جا شلوار را برای مشتریان کوتاه کند، هم سود قابل توجهی می‌برد، هم مشتری بابت هزینه‌ای که می‌پردازد راضی است و شاید شما ترغیب شوید غیر از ایام عید هم این خدمات را ارائه دهید.

یادداشت : ....

....

....

....



• با مشتریان خود به مناسبت‌های مختلف در تماس باشید. هر تماس شما با مشتری، فرصتی برای ایجاد ذهنیت مثبت از سازمان شماست.

یادداشت: ....





نمونه) فروشگاهی که روز تولد مشتریان با آن‌ها تماس می‌گیرد و آن‌ها را از تخفیف ویژه‌ی روز تولدشان مطلع می‌کند، با صرف هزینه‌ای اندک، ارتباط، علاقه و اعتماد مشتری به خود را بالا می‌برد.

یادداشت : ....





• مشتریان دائمی خود را شگفت‌زده کنید.
اگر خدماتی ارائه می‌دهید که مشتری روزانه دارید، هر هفته یک هدیه‌ی کوچک به خریدشان اضافه کنید تا ارتباطتان عمیق‌تر شود.

یادداشت: ....





نمونه) اگر خدمات عکاسی ارائه می‌دهید، یک عکس قاب شده از خود مشتری را در مراجعه‌ی بعدی به او هدیه دهید. یا اگر رستوران دارید، یک سالاد یا نوشابه‌ی رایگان به سفارش مشتری اضافه کنید. هدیه هرچند کوچک باشد، اما مشتری را خوشحال و جذب می‌کند.

یادداشت : ....
....
....
....
....
....
....
....



• به‌جای استفاده از نایلون‌های پلاستیکی موجود در بازار، طرح اختصاصی و جذابی را برای فروشگاه خود تهیه کنید که معرف محصولات و یا خدمات شما باشد.

یادداشت: ....

....



نمونه) یک فروشگاه کفش‌های ورزشی، در ابتکاری جالب دسته‌های ساک را طوری طراحی کرده بود که خریدار با بلند کردن ساک انگار بندهای کفش را می‌بندد.

یادداشت : ....
....
....
....



• با نصب یک پلاکارد با پیام خوشایند و یا تصاویر آدم‌های شاد و یا نوزادان (اگر به محصول‌تان مربوط می‌شود) شادابی و انرژی مثبت را به مشتری هدیه دهید.

یادداشت : ....





• با هر مشتری طوری برخورد کنید که انگار قرار است او برای شما تبلیغ کند.
توجه داشته باشید که هر مشتری می‌تواند ارزش کالا و خدمات شما را به گوش حداقل ده‌ها نفر برساند.

یادداشت:



• بعد از ورود مشتری و سلام و خوش‌آمدگویی، کاملا مودبانه خود را به کارهای پشت میزتان مشغول کنید. البته با روی باز، نه با اخم‌های درهم کشیده.

یدداشت: ....





• به مشتری اجازه دهید فروشگاه شما راورانداز کند. کمی که گذشت، کارت ویزیت خود را به او بدهید، یک کُد به آن اضافه کنید و ذکر کنید که در هر بار خرید یک شماره به آن اضافه می‌شود و در صورت دوبار خرید، هدیه خواهد گرفت. با این روش حتی اگر مشتری در آن روز قصد خرید نداشته باشد، با دقت بیشتری اجناس شما را وارسی می‌کند و مطمئن باشید حداقل دفعه‌ی بعد به شما مراجعه کرده و خرید می‌کند.

یادداشت: ....

• به هر مشتری دو کارت بدهید تا برای معرفی شما به دوستانش دچار مشکل نشود.

یادداشت: ....





• می‌توانید برای مشتریان خود پرسشنامه‌ی پیامکی با هر موضوعی که علاقه‌مندید تهیه کنید و به هر مراجعه کننده بفرستید و عنوان کنید که با قرعه‌کشی ممکن است برنده شوند.

یادداشت : ....

....

....

....

....

....

....

....



• موقع صرف ناهار و یا استراحت، حتما در مغازه را ببندید؛ وگرنه مشتری با دیدن ظرف غذای شما، احساس خوبی پیدا نخواهد کرد.

یادداشت : ....

....

....





• اگر در مجتمع‌های تجاری مشغول کسب هستید، سعی کنید با افرادی که با جامعه‌ی هدف شما در ارتباط هستند همکاری کنید. مثلا اگر پوشاک بچه‌گانه می‌فروشید، با فروشگاه کفش طبقه‌ی پایین و اسباب‌بازی فروشی طبقه‌ی بالاتر از خود هماهنگ شوید و تراکت‌های همدیگر را به مشتریان‌تان بدهید.

یادداشت: ....



• برای حفظ مشتری‌های فعلی، مسابقات مختلف طراحی کنید و یا برای فروش اجناسی که فصل‌شا ن گذشته، با قیمت مناسب مشترکین خود را مطلع نمایید.

یادداشت: ....
....





• وقتی مشتری شکایت می‌کند، همیشه به این معنا نیست که می‌خواهد پولش را پس بگیرد؛ اگر جنسی فروخته‌اید که ایراد داشته، باید در مرحله‌ی اول با کمال تواضع عذرخواهی کنید و در صورت وجود جایگزین، محصول دیگری را به مشتری بدهید. از بهانه‌تراشی و مقصر دانستن دیگران و ... اجتناب کنید.

بدانید که این مشتریان، وفادارتر از مشتریانی خواهند بود که با عذرخواهی شما مواجه نشده‌اند.

یادداشت : ....

- این نوشته که «قیمت‌ها مقطوع هستند» حتی اگر آتش به اموال‌تان هم زده باشید، در همان نگاه اول مشتری را ناراحت می کند؛ ولی می‌توانید با به خرج دادن کمی ذکاوت در قیمت‌گذاری اجناس، هم دل مشتری را با دادن جزئی‌ترین تخفیف به‌دست آورید، هم متضرر نشوید.

یادداشت: ....





نمونه) تجربه نشان داده است اجناس زمانی که قیمت آن‌ها ۱۹۸۰۰ تومان درج شده، نسبت به مواقعی که قیمت آن‌ها ۲۰۰۰۰ تومان است، فروش بیشتری دارند.

یادداشت : ....
....
....
....



• دمای مناسب و بوی خوش در کنار تمیزی و مرتب بودن فروشگاه می‌توانند رغبت مشتری را برای خرید از فروشگاه شما بالا ببرند.

یادداشت: ....





• مرتب و در دسترس بودن قفسه‌ها و شلوغ نبودن ویترین مغازه، از عوامل آرامش مشتری است که به تمرکز او برای انتخاب بهتر و مناسب‌تر کمک می‌کند.

یادداشت : ....





• نور کافی و موسیقی بسیار ملایم و مناسب می‌تواند به آرامش مشتری در کنار دیگر عوامل کمک کند. توجه داشته باشید موسیقی تند و بلند، هیجان مشتری را به حداکثر رسانده و تمرکز او را برای خرید، از بین می‌برد. باید به اختلاف سلیقه‌ی مشتریان با خودتان، احترام بگذارید.

یادداشت : ....





• محصولی را بفروشید که از کارایی، دوام و ارزش آن مطمئن باشید؛ هم در قیمت‌گذاری منصف باشید، هم دانش خود را نسبت به محصولات خود بالا ببرید تا در قبال پرسش‌های مشتری، حرفی برای گفتن داشته باشید و از همه مهم‌تر به حرف خود ایمان داشته باشید.

یادداشت : ....
....
....
....
....
....
....
....



• کودکان را نادیده نگیرید.

تصویر خوبی از خود و فروشگاه خود در ذهن والدین کودکان برجای بگذارید. حتی اگر کالای مربوط به کودکان نمی‌فروشید، تعارف یک شکلات کوچک به کودک، باعث خوشحالی او و والدینش می‌شود و روی شما به‌عنوان یک فروشنده‌ی ماهر و مودب حساب می‌کنند.

یادداشت : ....
....
....



نمونه) فروشگاه‌هایی که فضایی را به میز و صندلی کودک اختصاص می‌دهند، بسیار موفق‌تر از دیگر رقبای خود هستند.
فروشگاهی بود که از کفپوش چمن مصنوعی استفاده کرده بود. هیچ کودکی بدون این‌که قدم زدن روی این کفپوش را تجربه کند، از مقابل مغازه عبور نمی‌کرد. همچنین صندلی بادی کودکان و میز نقاشی از نکات جذاب این فروشگاه بود.

یادداشت:

• اگر زن هستید، در برخورد با مشتریانی که خانوادگی مراجعه می‌کنند، بیشتر روی سخن‌تان با هم‌جنس خودتان باشد؛ این‌طور سنگین‌تر به‌نظر می‌آیید و کل خانواده با آرامش بیشتر به شما اطمینان می‌کنند.

یادداشت : ....

به‌نظر می‌آیید و کل خانواده با آرامش بیشتر



• اگر مرد هستید، در کمال ادب و احترام با خانم‌ها برخورد کنید. اکثر خانم‌ها برخورد مودبانه و متین را به برخورد خودمانی ترجیح می‌دهند.

یادداشت: ....
....
....
....



• آراسته و تمیز باشید. استفاده از پیراهن و شلوار مرتب برای آقایان و لباس پوشیده و مناسب برای خانم‌ها، پیشنهاد می‌شود. چر ا که فروشنده‌ای که به آرایش بیش از حد صورت و یا موی خود پرداخته است، لزوما فروشنده‌ی مرتب و علاقمند به فروش محصول نیست، بلکه درصدی از حواس خود را به‌طور اغراق‌آمیز معطوف ظاهرش کرده است و این نشان‌دهنده‌ی عدم تمرکز کافی برای خدمت به مشتریان و عرضه محصول است.

یادداشت: ...

• برای فروشگاه خود، با همکاری فروشگاه‌های داخل مجتمع‌های تجاری که هم‌صنف شما هستند با کم‌ترین هزینه خبرنامه تهیه کنید.

یادداشت: ....



• از نظرات مثبت مشتریان در خبرنامه استفاده کرده و به افزایش سطح اعتبار خود کمک کنید.

یادداشت : ....





• ارسال پیام تشکر بابت اعتماد به فروشگاه شما بلافاصله پس از ترک فروشگاه، باعث جذب مشتری خواهد شد.

یادداشت: ....
....
....
....
....
....
....
....



• از انجام فعالیت‌های کاری‌تان لذت ببرید. فروشندگان موفق زودتر از همکاران‌شان و با شور و اشتیاق بر سر کار خود حاضر می‌شوند.

یادداشت: ....





• از مشتری بخواهید با ارسال پیامک به فروشگاه، نظر خود را نسبت به برخورد فروشنده اعلام کند.

یادداشت : ....
....
....
....

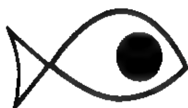


• در مورد محصولات خود دروغ نگویید.
لزومی ندارد یک محصول تمام خوبی‌ها را یک‌جا در خود داشته باشد. حقیقت را بگویید و مطمئن باشید مشتری با اعتماد بیشتری از شما خرید می‌کند.

یادداشت : ....







یادداشت : ....

....

....

....

....

....

....

....





• در مورد محصولات خود و یا نحوه‌ی خرید موفق از فروشگاه خودتان، به مشتریان اطلاعات بدهید.

یادداشت: ....





نمونه) مثلا اگر کفش می‌فروشید، جزوه‌ای هرچند کوچک چاپ کنید و در آن در مورد خرید کفش مناسب برای سنین مختلف اطلاعات بدهید. یا اگر لباس می‌فروشید، نکاتی راجع به روان‌شناسی رنگ‌ها تهیه کنید.

یادداشت:



• با همکاران خود صحبت کنید و با تبلیغ قبلی، یک روز مشخص مقداری از سود روزانه‌ی خود را صرف امور خیریه کنید.

یادداشت: ....





نمونه) فروشگاهی بود که در تبلیغات خود همیشه عنوان «حامی کودکان بی سرپرست» را قید می‌کرد و حقیقتا این کار را انجام می‌داد.

یادداشت: ....





• اگر محصول شما با محصولات مشابه تفاوت چندانی ندارد، راه ساده برای متمایز شدن «توضیح روش کارتان است» حتی اگر رقیبان نیز در کار خود از همین روش استفاده می‌کنند.
این کار شما را برجسته‌تر خواهد ساخت؛ زیرا رقیبان این توضیحات را به مشتری نمی‌دهند.
این کار شما این تصور را به‌وجود می‌آورد که رقیبان شما این مراحل را انجام نمی‌دهند و به اندازه‌ی شما در کارشان دقیق نیستند زیرا اگر این‌طور بود، آن را بیان می‌کردند.

یادداشت: ....



نمونه) یک کارگاه تعمیر مبل، در تبلیغات خود با حروف درشت عبارت «بازدید رایگان» را قید می‌کرد. همه‌ی تعمیرکاران هزینه‌های ایاب و ذهاب خود را حساب می‌کنند ولی این کارگاه با زیرکی، توجه مشتری را به عبارت بازدید رایگان جلب می‌کرد و از آن‌جا که هزینه‌ی خدمات در کشور ما جدول خاصی ندارد، قاعدتا ضرر نمی‌کرد. مهم تاثیر تبلیغاتی بود که انجام شده بود.

یادداشت : ....
....
....
....
....
....
....
....





یادداشت : ....





یادداشت : ....





در مورد محصولات خود دروغ نگویید.
لزومی ندارد یک محصول تمام خوبی‌ها را یک‌جا در خود داشته باشد. حقیقت را بگویید و مطمئن باشید مشتری با اعتماد بیشتری از شما خرید می کند

بخشی از متن کتاب



